



Perspectives chinoises

2020-2 | 2020

Mondes musicaux sinophones (2) : Politiques de la sinité

Re-situer les fonctions de la sinité dans la musique populaire chinoise après le China Wind

Chen-yu Lin

Traducteur : Pierre-Louis Brunet



Édition électronique

URL : <https://journals.openedition.org/perspectiveschinoises/11048>

ISSN : 1996-4609

Éditeur

Centre d'étude français sur la Chine contemporaine

Édition imprimée

Date de publication : 1 juin 2020

Pagination : 9-17

ISSN : 1021-9013

Référence électronique

Chen-yu Lin, « Re-situer les fonctions de la sinité dans la musique populaire chinoise après le China Wind », *Perspectives chinoises* [En ligne], 2020-2 | 2020, mis en ligne le 01 juin 2021, consulté le 04 juin 2021. URL : <http://journals.openedition.org/perspectiveschinoises/11048>

Re-situer les fonctions de la sinité dans la musique populaire chinoise après le China Wind

CHEN-YU LIN

RÉSUMÉ : Tandis que la popularité de la musique China Wind (*zhongguofeng* 中國風) connaît un déclin relatif depuis son apogée dans les années 2000, la notion de sinité dans la musique populaire nécessite d'être reconfigurée. Dans le monde de la musique populaire, les flux culturels, financiers et migratoires transnationaux ont créé de nombreuses formes de sinité aux fonctions différentes. Cet article étudie deux manières par lesquelles la perception de la sinité fonctionne dans l'industrie musicale, à savoir comme une sinité recentrée dans les secteurs de la création et une sinité conçue comme projet de mondialisation. Pour cela, l'article examinera un concours musical télévisé dont la formule a fait le tour du monde, *The Voice of China*, et les productions récentes de deux artistes réputés pour leurs chansons China Wind, Jay Chou et Wang Leehom. À travers l'analyse textuelle de chansons et de contenus médiatiques, ainsi que d'entretiens avec des professionnels du secteur, cet article avance que la sinité à l'œuvre dans la musique populaire chinoise actuelle est souvent façonnée par les marchés, les pratiques industrielles, la censure des médias, les politiques gouvernementales et la convergence intersectorielle. Dans ce contexte, le talent artistique des musiciens joue un rôle croissant dans la formation et l'autorisation des représentations de la sinité dans la musique populaire chinoise contemporaine.

MOTS-CLÉS : musique populaire chinoise, sinité, Jay Chou, Wang Leehom, China Wind.

Dans les années 2000, le China Wind (« Vent de Chine » *zhongguofeng* 中國風) soufflait dans la musique pop en mandarin (Mandopop). Fusionnant avec des genres musicaux tels que le R&B, le rock, le hip-hop et les ballades pop, les chansons China Wind ont développé un son particulier en utilisant dans leur orchestration des instruments traditionnels chinois, tandis que leurs paroles faisaient souvent l'éloge d'objets anciens et autres trésors de la culture traditionnelle chinoise. Les chansons pop du China Wind définissent également une « partie » de ce que les Chinois sont censés apprendre (Chow et De Kloet 2011), tout en construisant un « collage » décontextualisé puis recontextualisé de la Chine ancienne (Chung 2011). L'industrie musicale taïwanaise est souvent reconnue comme étant au centre de ce courant, car elle a contribué à la promotion d'artistes majeurs de ce style, notamment Jay Chou (Zhou Jielun 周杰倫) et Wang Leehom (Wang Lihong 王力宏). Du point de vue de la république populaire de Chine (RPC), la sinité de Jay Chou est considérée comme « sûre, conciliante et peu encline à la confrontation » (Fung 2008 : 79). Les chansons China Wind des deux artistes ont été cooptées pour renforcer l'idéologie d'« une seule Chine » ; elles soulignent les racines culturelles partagées par Taiwan et par la Chine continentale, comme en témoigne leur présence fréquente lors des galas de printemps de CCTV ; et elles véhiculent des messages à la morale explicite ou implicite (Liu, An et Zhu 2015 ; Feng 2016). Il a aussi été avancé que la perception de la sinité dans la musique pop China Wind – indépendamment de la popularité du style – conduit une partie des

auditeurs et des téléspectateurs à éprouver un sentiment de déconnexion et d'ambivalence en raison des différentes relations qu'ils entretiennent avec le concept de sinité (Lin et Um 2017 ; Lin 2019).

Selon Chow (1998), la sinité devrait être considérée comme une question théorique plutôt qu'un fait culturel, même s'il est difficile de définir cette notion dans le cadre de la musique populaire chinoise. Comme le souligne Allen Chun (1996), ce que signifie être « chinois » pour différentes populations a changé au cours de l'histoire. Les musiciens qui s'affirment comme étant « les Chinois » ou qui estiment produire de la musique populaire chinoise sont en fait aussi issus de groupes hétérogènes aux nationalités et aux identités variées. Le concept de « sinophone », introduit en anglais par Shih (2004), s'appliquait à l'origine à la littérature et servait à théoriser et offrir un cadre aux productions culturelles des populations parlant chinois dans diverses régions du monde hors de Chine, tout en permettant la théorisation de ces productions culturelles en dehors des conditions imposées par la RPC. Toutefois, le terme de « sinophone » pourrait ne pas être adapté ici dans la mesure où la musique populaire contemporaine a été transformée par de nombreuses influences engendrées par la mondialisation culturelle, et particulièrement du fait que les genres, la production et la distribution de musique franchissent constamment les frontières, qu'elles soient nationales ou culturelles. De plus, l'approche purement linguistique du terme « sinophone », même si elle prend en compte diverses langues, reste attachée à l'utilisation d'un idiome. Lim

considère également cette approche comme une forme d'essentialisme remettant en cause la production et l'identité culturelles dès lors qu'on n'utilise pas sa langue maternelle (2011 : 38), comme c'est souvent le cas avec la production de musique populaire.

La sinité dans la musique populaire doit dès lors être comprise dans un contexte de capitalisme mondial et de flux transnationaux de culture populaire. « L'essentialisme stratégique » (Zeng 2013 : 93), développé dans les travaux respectifs de Wang et Chou, présente et commercialise souvent une image d'artiste reposant sur les efforts inspirés par la RPC pour supplanter l'hégémonie culturelle occidentale. Ancrée dans les mécaniques complexes du secteur culturel et des niveaux de signifiants identitaires, la musique populaire est un support spécifique pour la recherche académique sur la sinité. Ainsi, cet article envisage la notion de sinité non seulement en tant que construction discursive (Ang 1998), mais également en tant qu'entité esthétique et sonore qui évoque des représentations désignant des formes d'identité chinoise et remplissant une fonction particulière pour des publics donnés. La production de musique populaire peut être vue comme un processus de construction de « biens symboliques » (Jones 2012 : 46) impliquant différentes entreprises et secteurs. La production et la consommation de musique populaire – qui se distingue de la musique savante ou folklorique – est possible au sein d'une économie monétaire industrielle où celle-ci devient un produit marchand (Tagg 1982 : 2000). La compréhension de ce processus offre la possibilité d'explorer des questions relatives aux fonctions de la sinité.

Après le « China Wind », et malgré l'apparition, dans les années 2010, de chansons telles que « Poem » de Diana Wang (*Yibu chengshi 一步成诗*, publiée en 2017), et « Flow », sortie en 2016 et interprétée par Khalil Fong (Fang Datong 方大同) et Wang Leehom, présentant des signifiants culturels chinois plus forts, il a en général été plus difficile de regrouper ces chansons sous l'étiquette d'un style donné pour leur promotion ou leur appellation, et l'engouement pour l'originalité stylistique du China Wind a décliné. En d'autres termes, le China Wind, en tant que phénomène de musique pop respectant certaines conventions qui reflètent ou représentent la sinité, a vu sa popularité diminuer. Lors d'une interview radio en 2018, David Tao (Tao Zhe 陶喆), chanteur et producteur de nombreux titres à succès de China Wind, constate : « Le nombre de chansons de China Wind a beaucoup baissé ces dernières années [...] il serait peut-être temps de le remettre au goût du jour ? »¹. La remarque de Tao reflète la manière dont il a perçu le déclin de ce style musical.

Le modèle proposé par Tagg (2000) pour analyser la musique populaire permet de mieux comprendre l'essor et le déclin de ce genre musical, car il souligne l'importance des « intérêts, besoins et objectifs » des « émetteurs » et des « destinataires » de la musique populaire. Ceux-ci s'avèrent essentiels pour une diffusion de masse à un large groupe d'auditeurs, transformant ainsi la musique en marchandise dans une économie monétaire industrielle (2000 : 81). En ce sens, les fonctions de la sinité perçue dans la musique populaire restent à explorer, car les publications parues à ce jour (Chow et De Kloet 2009 ; Chung 2011) tendent à se concentrer sur le sentiment de fierté chinoise clairement affiché dans les paroles ou sur l'utilisation d'instruments traditionnels chinois. Il est important d'étudier ces fonctions pour repérer les associations extramusicales qu'elles génèrent afin de savoir où la production et la consommation de la sinité ont eu lieu et comment elles apparaissent sur les nouvelles plateformes, ainsi que d'identifier les différentes manières de représenter l'évolution de la culture chinoise.

Cet article étudie deux modes de construction de la sinité dans la musique populaire apparue après le China Wind, respectivement, une sinité

recentrée dans les secteurs de la création et la sinité comme projet de mondialisation. En portant une attention particulière à deux artistes clés, célèbres pour leurs contributions à la musique China Wind, Jay Chou et Wang Leehom, cet article adoptera des méthodes d'analyse textuelle de la musique, des concerts et des contenus médiatiques, parallèlement à des entretiens avec des professionnels du secteur. Je commencerai par présenter une vue d'ensemble des questions et débats actuels sur les nationalismes, les identités et la sinité dans la musique populaire chinoise. Puis, j'étudierai le télé-crochet internationalement franchisé, *The Voice of China* (*Zhongguo hao shengyin 中國好聲音*)², en me concentrant sur la manière dont l'image de la Chine est construite et diffusée à l'international, et sur la présence de Jay Chou dans le dernier épisode de la saison quatre. J'analyserai enfin les productions récentes de Jay Chou et Wang Leehom, ainsi que leurs stratégies pour représenter la sinité sur le marché international tout en transmettant un *ethos* mondialisé à leurs publics locaux.

Sinité, nationalismes chinois et musique populaire

La manière dont une identité chinoise donnée est construite et représentée dans la musique populaire, en particulier la Mandopop, la Cantopop et le rock chinois, a fait l'objet de nombreuses études (Chua 2001 ; De Kloet 2005 ; Fung 2008 ; Chow et De Kloet 2013 ; De Kloet et Fung 2017 ; Lin 2019). Bien qu'il ait été avancé que la production de différentes formes culturelles de sinité soit dépourvue de noyau central (Tu 1992 ; Chua 2001), il est aussi admis que chaque région a eu un rôle différent à jouer dans la production et la consommation de la sinité à différentes époques (Chun 1996 ; Chua 2001 ; Ang 2013 ; Chun 2017). Néanmoins, Ang (2013) estime que des signes d'absolutisme sont actuellement renforcés par une logique de réduction des diasporas à l'ère de l'essor de la Chine (2013 : 20), c'est-à-dire que la sinité méticuleusement construite par la RPC s'est affirmée davantage tandis que les diasporas sont moins à même de contribuer à la formulation de l'identité chinoise.

Des discussions plus larges ont aussi été engagées quant à la manière dont se manifestent, dans la culture populaire chinoise, les nationalismes populaires, populistes, ou émanant de la base. Les nationalistes populistes tendent à diffuser une version caricaturale de l'histoire qui présente la Chine impériale comme bienveillante et supérieure aux autres cultures, tout en faisant de cette histoire le fondement de la fierté nationale (Yu 2014). Des chercheurs soutiennent que le nationalisme populaire n'existe pas seulement comme un contre-discours face au nationalisme officiel, mais sert aussi parfois à stabiliser l'État à travers l'intégration partielle du public (Li 2009 ; Hyun et Kim 2015 ; Yu 2015).

Un exemple récent, le télé-crochet *The Rap of China* (*Zhongguo you xihua 中國有嘻哈*) souligne comment certains genres de musique pop pourraient être qualifiés de nationaux tout en provoquant censure et débats quant à leur localisation. Depuis sa première diffusion en 2017, le hip-hop chinois a gagné une grande notoriété tout en étant coopté par les autorités chinoises (Amar 2018). En d'autres termes, les versions de la sinité perçues à la fois dans la musique et dans l'émission ont été institutionnalisées et autorisées par l'intermédiaire de l'État. Les recherches sur cette question ont souligné

1. « 馬世芳/耳朵借我 '2018.01.29 深度專訪陶喆 » ('Ma Shifang/Erdou jie wo' 2018.01.29 Shendu zhuanfang Tao Zhe, 'Ma Shi-feng/Tends l'oreille', Entretien approfondi avec David Tao, 29 janvier 2018), <https://www.youtube.com/watch?v=EJHp3YzGwhY> (consulté le 27 février 2019).
2. *The Voice of China* a été diffusée de 2012 à 2016 ; en 2016, en raison de problèmes concernant les droits d'exploitation, le nom de l'émission a été changé pour devenir *Sing! China* (*Zhongguo xin ge sheng 中國新歌聲*), mais son format est resté le même dans l'ensemble.

le rôle que les réalités politiques, économiques et culturelles jouent dans les modes de production de la sinité (Fung 2008 ; Baravovitch 2010 ; Chow et De Kloet 2011), mais les pratiques organisationnelles liées à la production de musique et de produits culturels, renforçant ou réfutant les discours nationalistes, sont souvent négligées. En développant l'analyse de *The Voice of China* tout en examinant ses pratiques de production à travers le point de vue de professionnels, la discussion qui suit mettra en lumière les manières dont la sinité construite fonctionne au sein des flux transnationaux de musique populaire.

La sinité recentrée dans les industries de la création : *The Voice of China*

La saison quatre de *The Voice of China* a été diffusée sur Zhejiang TV (*Zhejiang weishi* 浙江衛視) en 2015 et a acquis une popularité immense. Ce télé-crochet internationalement franchisé a attiré en moyenne 4,8 % de l'ensemble des téléspectateurs de RPC³. La compétition finale, diffusée en direct le 7 octobre 2015, aurait été vue par 100 millions de personnes uniquement sur les plateformes de streaming, tandis que les téléspectateurs qui ont suivi l'épisode sur leur téléviseur ont dépassé les 6 % d'audience nationale. La finale a eu lieu dans le célèbre Nid d'oiseau de Pékin, un stade national pouvant accueillir 80 000 personnes. Au cours de cette saison, Jay Chou, le « père du China Wind » (Cao 2006, cité dans Chow et De Kloet 2011), a rejoint l'émission en qualité de coach et a encouragé nombre de ses fans à regarder le concours. Il a, à cette occasion, exhorté l'un des finalistes de son équipe, le Sino-Australien Li An : « Il n'y a rien de plus cool que la musique chinoise. Tu devrais chanter davantage de China Wind (*zhongguofeng*) ».

Indépendamment des propos de Jay Chou rappelant à quel point la sinité est cool, on remarque aisément que la célébration de la culture chinoise est le thème central de l'émission. Les effets visuels font la part belle à la calligraphie chinoise, aux danseurs vêtus de *cheongsam* (*qipao* 旗袍) un éventail rouge à la main, et aux sonorités de violon *erhu* adaptées dans un style R&B, comme dans l'une des chansons les plus célèbres du répertoire China Wind de Jay Chou, « Hair Like Snow » (*Faruxue* 髮如雪), sortie en 2005. Sur scène, le China Wind des années 2000 connaît un nouvel essor. Cependant, l'affichage d'une sinité recentrée est plus explicite, indiquant aux diasporas un retour vers le centre, à savoir la RPC.

Le succès et la popularité de l'émission ont offert des opportunités aux artistes émergents, non seulement de RPC, mais également de l'ensemble du monde sinophone. Hinry Lau est un auteur-compositeur de Hong Kong principalement connu auprès de son audience et de ses fans pour avoir remporté la phase régionale de *The Voice of China* en 2014 à Hong Kong (saison trois) ; ses compositions musicales ont été profondément influencées par le China Wind de Jay Chou qu'il écoutait adolescent. Son apparition dans l'émission a eu un impact immense, et Hinry Lau affirme que cela lui a permis de financer son propre studio à Ngau Tau Kok sans avoir à chercher un autre emploi⁴.

Indépendamment de la portée de l'émission, l'un des éléments communs à toutes les saisons de *The Voice of China* est de souligner par des sous-titres la sinité respective de chaque participant en signalant son lieu d'origine. Une telle catégorisation crée des tensions entre la Chine continentale et Taiwan. La catégorie « Chinois de Taiwan » a été vivement critiquée par les internautes à Hong Kong et Taiwan estimant qu'elle plaçait la RPC au centre du monde sinophone. Cette tension peut être mise en évidence par la manifestation organisée contre le concert *Sing! China* à Taipei en 2017,

entraînant son annulation. Cette manifestation illustre l'opposition à une certaine version de la sinité et soulève la question de savoir si le concert était une forme de propagande susceptible de compromettre la souveraineté de Taiwan. Ces catégories, associées aux sons et aux images qui, faisant les louanges de « la Chine » à l'unisson, astreignent les candidats de diverses origines à affirmer une origine unique, en l'occurrence la Chine, offrant une représentation hégémonique par ses ambitions et ses intentions. Cela est en outre mis en évidence dans le court film diffusé aux téléspectateurs juste avant le début de la compétition, quand la voix off proclame d'un ton passionné :

Partout où il y a du sang chinois, il y a des traces de *The Voice of China*. Des milliers de rivières et de montagnes ne peuvent rompre la continuité de la culture chinoise [*Zhonghua wenhua* 中華文化] ; des centaines de mots ou de chansons ne peuvent exprimer combien le sang et le poulx des fils et des filles de la *Huaxia* [華夏] sont intimement mêlés. (*The Voice of China*, finale de la saison quatre)

Les termes *Zhonghua* et *Huaxia* évoquent tous deux une entité culturelle dont l'histoire est plus ancienne que celle de l'État-nation chinois contemporain, tandis que l'émission recherche des talents musicaux chinois non seulement en RPC, mais aussi dans des lieux identifiés comme ayant du « sang chinois ». Le China Wind a continué de s'affirmer en même temps que des opinions nationalistes se sont exprimées tout au long de la compétition. Cependant, il ne s'agissait pas d'une simple prolongation ou d'une répétition de la popularité antérieure du China Wind, comme nous l'avons observé dans les années 2000. La représentation et la spécification d'une sinité recentrée, au sein de laquelle des concepts tels que « les racines » et « le sang » ont une grande importance, se sont plus nettement affirmées et explicitées.

La sinité de Jay Chou dans ses chansons China Wind a été considérée comme intentionnellement ambiguë et vague (Chung 2011), afin d'éviter habilement d'éventuelles oppositions en termes de perception de la sinité dans différents marchés. Au contraire, on peut affirmer que la présentation de la sinité dans *The Voice of China* est façonnée par l'affirmation croissante d'un nationalisme provenant de Chine continentale dans la mesure où, à l'appel de chaque candidat sur scène, on mentionne les nations et régions que celui-ci représente, et qu'on les réoriente sur la scène de la mère patrie. À ces candidats de la diaspora, qui semblent accessoires à la construction de la sinité par rapport à ce qui est perçu comme le centre, il a été demandé d'interpréter leur ethnicité avec une mentalité diasporique fabriquée spécifiquement pour l'occasion et signifiant leur « retour à la mère patrie ». Après le China Wind, Jay Chou a continué à dialoguer activement avec le public en représentant différents styles de musique et valeurs, comme en témoigne *The Voice of China*. Un sentiment de pan-sinité est fabriqué dans les émissions produites par la RPC, incluant des Chinois de diverses origines ethniques, mettant ainsi en avant un sentiment d'appartenance à une seule et même communauté. Cela redéfinit ce que signifie être un chanteur chinois et cela restructure la géopolitique des perspectives de carrière de ces artistes.

3. « 中國好聲音第四季落幕了, 7個關鍵數字告訴你為什麼它仍然是國內最成功的綜藝節目 » (*Zhongguo haoshengyin disiji luomu le, 7 ge guanjianshuzi gaosuni weishime ta reng ran shi guonei zuichenggong de zongyijiemu*, À mesure que la saison quatre de *The Voice of China* touche à sa fin, sept statistiques clés montrent qu'elle est toujours l'émission télévisée qui rencontre le plus de succès en Chine), *Q Daily*, 9 octobre 2015, <http://www.qdaily.com/articles/15786.htm> (consulté le 27 février 2019).

4. Entretien avec Hinry Lau réalisé à Ngau Tau Kok, Hong Kong, 19 novembre 2015. La plupart des entretiens ont été conduits en anglais et en mandarin et traduit par la chercheuse, sauf indication contraire.

Jamie⁵, ancien réalisateur de *The Voice of China*, évoque son expérience en tant que responsable des choix créatifs de l'émission, ainsi que de sa représentation de la sinité. L'émission a trois équipes de réalisation, comptant chacune environ 20 réalisateurs. Chaque réalisateur doit sélectionner 200 chanteurs pour qu'ils se présentent aux auditions internes. Plus de 10 000 chanteurs ont l'opportunité de chanter devant les équipes de réalisateurs, mais seulement quelques-uns peuvent chanter devant les coaches, et ils sont encore moins nombreux à passer dans l'émission. Jamie laisse entendre que même si l'État détient un nombre très limité de parts dans la plupart des chaînes commerciales, les membres de la direction participent à des réunions avec des représentants du gouvernement pour « écouter leurs directives et conseils » (*tingqu zhidao yijian* 聽取指導意見), tandis que toutes les paroles des chansons sont examinées et approuvées. Il explique également comment, en tant que réalisateurs, ils recherchent souvent des participants avec qui les téléspectateurs potentiels peuvent s'identifier, puis ils les « socialisent » pour qu'ils entrent dans leur rôle (Mast 2016) :

Nous voulions trouver des chanteurs avec des « sentiments » (*qinghuai* 情懷) et certaines caractéristiques.

Si l'on trouve un chanteur d'origine chinoise vivant à l'étranger, nous lui disons qu'il a les cheveux noirs et la peau jaune, mais tu n'es jamais venu dans ce pays. Maintenant tu es de retour sur la terre où ton père ou ton grand-père ont vécu, tu te trouves sur cette terre jaune, devant un public de 1,3 milliard de Chinois. Que veux-tu dire ? Que veux-tu chanter ? Alors, il n'aura pas envie de chanter de chansons pop américaines ou européennes. On l'encourage, on le pousse un peu, en général comme je vous l'ai décrit, et il aura les larmes aux yeux.

Les limites et les critères que les réalisateurs et les producteurs se fixent pour prendre des décisions reposent sur des pratiques façonnées par une logique capitaliste et les efforts déployés pour échapper à la censure. Ces pratiques deviennent un atout, non seulement dans le but de faire du profit, mais aussi pour la projection et la construction active d'une sinité à laquelle le public-cible s'attend et qu'il partagera. Bien que la teneur et le sentiment nationalistes mis en scène dans *The Voice of China* ne soient que peu influencés par les directives officielles, la dynamique entre l'émission, le public et l'État est bien plus sophistiquée qu'un nationalisme officiel imposé par le haut. Ce nationalisme est commercial, fabriqué, soigneusement régulé, et calculé pour influencer et construire la perception qu'a le public de ce qui est considéré comme « réel ». Plutôt que le simple désir de se plier à un goût officiel, les facteurs déterminants qui façonnent les discours de l'émission sont le mercantilisme, le professionnalisme, et la logique capitaliste visant à optimiser les audiences.

Fung (2016) soutient que l'État s'appuie sur des capitaux mondiaux pour véhiculer une idéologie néo-nationaliste à l'adresse de sa population. Même si les secteurs créatifs de la RPC se sont inspirés du savoir-faire étranger et ont importé des contenus internationaux, le contrôle idéologique ne s'est pas relâché pour autant. En ce qui concerne *The Voice of China*, il est évident que la forme que prend la sinité autorisée et la manière dont elle est négociée entre les différentes parties prenantes sont essentielles pour de telles émissions. Sur la scène de *The Voice of China*, la Chine est imaginée comme une communauté à la fois culturelle et géographique (Anderson 1983) unie par les liens du sang. Ce lien profond, présenté comme une évidence inaltérable, transcende le temps, l'espace, et d'autres problèmes de politiques identitaires considérés comme moins importants. La sinité clairement affichée dans cette émission sert à produire de la localité (Appadurai

1996) au sein d'une culture mondialisée diffusée par les médias de masse. Malgré les similitudes entre les éléments musicaux employés lors des représentations et ceux qu'utilise la musique pop China Wind, l'importance accordée sur scène au « sang » et aux « racines » envoie un message encore plus ferme à la périphérie. Cette sinité recentrée continue non seulement à présenter une idéologie encadrée par l'État, mais elle cherche également à véhiculer une forme de nationalisme qui coopte la périphérie.

La réinvention et la réappropriation de la sinité sont évidentes dans *The Voice of China*. Cette émission produite en RPC lance un appel impérieux au reste du monde linguistique chinois à revenir vers la culture chinoise à travers la recherche de ses « racines » et à rediriger ses talents vers la mère patrie. Dans la saison quatre, la présence de Jay Chou et ses commentaires élogieux sur la musique China Wind font écho à la popularité qu'a connu le style musical au cours de la décennie précédente, alors que la présentation de la sinité se fait toujours plus assumée et rendue conforme à un nationalisme prôné par la RPC, recentrant ainsi la sinité. Les entretiens montrent clairement en quoi la popularité de l'émission marque une nouvelle étape de l'émergence d'économies culturelles sinophones transnationales au sein desquelles l'influence de la RPC a considérablement augmenté. Les représentations de l'identité nationale chinoise dans ces émissions ont été créées par des pratiques influencées par des facteurs complexes, comme les marchés, la recherche du profit, la censure exercée par l'État, celle exercée par les entreprises, l'autocensure, et les pratiques professionnelles des producteurs.

Les œuvres récentes de Jay Chou et de Wang Leehom : des projets inscrits dans la mondialisation

À l'instar de nombreuses tendances de la musique pop, la popularité du China Wind a bénéficié du contexte social, politique, et économique des années 2000. Jay Chou et Wang Leehom sont deux artistes, parmi les plus célèbres, ayant résolument incorporé la sinité dans la musique populaire. Jay Chou est né et a grandi à Taiwan, tandis que Wang Leehom – issu de parents taiwanais – est né et a grandi à New York. Ils sont tous deux auteurs-compositeurs et producteurs, connus pour leur maîtrise de multiples instruments et la diversité de leurs styles. Même si Chou et Wang sont tous les deux célèbres pour leurs ballades aux sonorités R&B, leur musique ne relève pas d'un genre spécifique, conformément à l'usage des albums de Mandopop regroupant une dizaine de chansons de différents genres. Une telle pratique incite ceux qui ne connaissent pas les normes de la Mandopop à penser que cette musique ne parvient pas à se trouver une identité propre (Moskowitz 2010). Cette partie étudiera dans un premier temps le type de sinité représentée dans leurs productions des années 2000, période considérée comme l'âge d'or du China Wind. L'article analysera ensuite leurs productions plus récentes, à savoir l'album *Your Love* (*Nide ai* 你的愛, sorti en 2015) de Wang Leehom et l'album *Jay Chou's Bedtime Stories* (*Zhou Jielun de chuangbian gushi* 周杰倫的床邊故事, sorti en 2016) de Jay Chou. J'analyserai également certains de leurs singles pour étudier comment la sinité – en tant que construction discursive, culturelle et esthétique – a pris différentes formes, respectivement en termes de style musical, d'appellation de cette musique, et des stratégies adoptées pour la promouvoir.

Comme nous l'avons précédemment montré, la sinité est construite de façon vague dans les chansons China Wind de Jay Chou, faisant très peu

5. « Jamie » (pseudonyme), entretien individuel, Hong Kong, 16 novembre 2015.

référence à la modernité chinoise ou à l'état actuel de la Chine ; les chansons se concentraient plutôt sur un passé imaginaire ancien et sophistiqué. Les vidéo-clips de China Wind présentent une sinité nostalgique, souvent fantasmée, comme en témoignent de nombreuses chansons de Jay Chou – notamment « Hair Like Snow », « East Wind Breaks » (*Dongfengpo* 東風破, sortie en 2003), et « Chrysanthemum Terrace » (*Juhua tai* 菊花台, sortie en 2006). L'intention de cette démarche, à savoir créer un son typiquement chinois, a été confirmée lors d'un entretien avec le manager de Jay Chou et co-fondateur de son label, JVR Music, JR Yang⁶. Ce dernier décrit la musique China Wind comme un nouveau genre hybride né d'une compétition :

En fait, toute la musique populaire contemporaine, c'est un truc occidental. Que vient faire la guitare dans la musique chinoise ? La batterie ? La basse ? [...] La musique chinoise était composée en *gong* 宮, *shang* 商, *jue* 角, *zhi* 徵 et *yu* 羽, la gamme pentatonique, donc ce qu'on fait maintenant c'est de la musique occidentale. [...] La musique *zhongguofeng* est comme une nouvelle variété de légumes. Les étrangers [*laowai* 老外] ne la connaissent peut-être pas ; ils trouvent peut-être qu'elle a un goût bizarre. Mais pour nous, c'est une source de fierté.

Tandis que les « Hua » représentent une communauté aux contours vagues qui comprend généralement les ethnies chinoises vivant au-delà des frontières nationales, les « Autres » qui ne font pas partie de ce cercle fermé sont principalement des ressortissants étrangers. *Laowai* est un terme d'argot pour désigner « l'étranger » en mandarin. Les *laowai*, pour reprendre le terme qu'il utilise, sont perçus comme une autorité en matière de musique populaire. Cette conceptualisation a non seulement un impact sur le secteur industriel qui produit et promeut la musique, mais elle se manifeste aussi parfois plus directement dans la musique elle-même ou le discours des artistes. Selon cette rhétorique et la popularité de la musique China Wind, le *laowai* ou l'Autre de la communauté Hua peut à la fois être subverti ou concurrencé.

Les stratégies et positionnements de Wang Leehom sont différents. En racontant sa propre histoire, Wang se positionne à travers ses paroles en tant qu'immigré asiatique de deuxième génération vivant à New York dans « Descendants of the Dragon » (*Long de chuanren* 龍的傳人), la reprise d'une chanson folklorique. La version originale, écrite par Hou Dejian 侯德健, a été chantée par Li Jianfu 李建復 et diffusée pour la première fois en 1978. La chanson a été écrite en réaction à un événement historique, la fin des relations diplomatiques entre les États-Unis et la république de Chine (RDC, Taiwan) et la reconnaissance officielle de la RPC. Les paroles révèlent un sentiment nationaliste chinois proclamant l'authenticité de la sinité de la RDC. Dans sa version, Wang a ajouté un passage de rap en anglais et adapté certaines paroles pour mettre en avant son histoire en tant qu'immigré de la seconde génération. À partir de sa reprise de « Descendants of the Dragon », Wang a progressivement adopté un genre qu'il qualifie de « *chinked-out* »⁷, notamment dans « Heroes of the Earth » (*Gaishi yingxiong* 蓋世英雄) et « Viva Huaren » (*Huaren wansui* 華人萬歲), dans le but de « faire entendre la voix des Chinois ».

Selon ses propres termes, son objectif est d'être « un ambassadeur de la culture chinoise »⁸, une ambition qu'il a clairement définie. Sa musique appelle à une redéfinition du nationalisme culturel chinois et exprime à l'occasion des critiques envers le racisme états-unien. Il a résolument intégré des instruments de musique chinois dans ses chansons pop et créé un style sinisant qu'il a appelé « Chinked-out » en 2005. Wang a un statut de marginal, celui d'un Sino-Américain retourné vers la culture chinoise

avec une mentalité de Chinois de la diaspora. Ses efforts d'intégration de la sinité ont un objectif clair, à savoir inverser les connotations négatives du terme « *chink* » tout en « créant des sonorités à la fois internationales et chinoises » (Wang 2012 : 11). Ces motivations personnelles et idéologiques sont évidentes dans nombre de ses chansons, telles que « Open Fire » (*Huoli quankai* 火力全開, sortie en 2011) pour laquelle il a écrit et chanté le deuxième couplet en anglais :

Tant d'accusations d'une invasion asiatique
Les voilà qui me pointent du doigt [...]
Je vais avec intégrité transformer cette négativité en positivité
Je me donne tout entier pour que tous voient cette lutte pour l'égalité
Qu'ils essaient de nous blâmer, de nous piéger, personne ne peut nous déshonorer
Le prochain couplet c'est en chinois que je vais le chanter⁹.

Comme évoqué précédemment, la musique China Wind est en train de se transformer et d'évoluer. Il semble évident que Chou et Wang poursuivent des styles musicaux autres que le China Wind dans leurs derniers albums, particulièrement dans *Your Love* (2015) et *Jay Chou's Bedtime Stories* (2016). La sinité de la musique ou des paroles dans *Your Love* n'est pas particulièrement accentuée. Outre des ballades en mandarin, cet album comporte aussi des chansons avec des influences manifestement EDM (*electronic dance music*, sous-genre de la musique électronique), comme en témoigne la collaboration de Wang avec le DJ suédois Avicii pour la chanson « Losing Myself » (Wangwo 忘我). L'album *Jay Chou's Bedtime Stories* (2016) ne comporte aucune chanson pop appartenant distinctement au China Wind, contrairement à la plupart de ses albums précédents. En d'autres termes, la production continue de chansons China Wind dans chacun de ses albums entre 2000 et 2014 s'est interrompue en 2016. Lorsque j'ai demandé, au cours d'un entretien, au PDG de JVR Music¹⁰ si son entreprise produirait davantage de chansons China Wind, comme Jay Chou avait encouragé les candidats de *The Voice of China* à le faire, il a répondu qu'il avait hâte de voir ce style, introduit par des artistes émergents, croître et se développer davantage. Mais il estime probablement difficile de pouvoir aller au-delà de ce que Jay Chou et le parolier Fang Wenshan 方文山 ont déjà accompli, leur succès exceptionnel ayant nécessité la collaboration des bons artistes au bon moment.

Il est intéressant de souligner que sur l'album *Jay Chou's Bedtime Stories*, une seule chanson contient encore un riff dans une gamme pentatonique majeure, « Now You See Me ». Il s'agit d'une chanson électronique hip-hop écrite pour le film états-unien, *Insaisissable 2*¹¹, dans lequel Jay Chou joue un rôle secondaire. Sur la chaîne YouTube officielle du film, celui-ci était décrit comme le premier film hollywoodien avec une chanson principale en langue chinoise. Cependant, hormis les quelques riffs aux influences clairement tirées du système pentatonique chinois, « Now You See Me » combine de multiples styles et cultures musicales, tels que la série de notes employées pour l'interlude, rappelant un Orient exotique tout droit sorti de l'imaginaire hollywoodien. Les morceaux de ce collage ne sont plus cantonnés à quelques

6. JR Yang (楊峻榮 Yang Junrong), entretien réalisé à JVR Music, Taipei, Taiwan, 22 janvier 2016.

7. NdT: terme employé par Wang Leehom pour désigner sa musique, s'appropriant le stigmatisme de l'expression péjorative « *chink* » désignant des personnes d'origines chinoises.

8. Voir <https://www.youtube.com/watch?v=p6UDLOXwbNk> (consulté le 27 février 2019).

9. Traduit en français par Pierre-Louis Brunet.

10. JR Yang, entretien réalisé à JVR Music, Taipei, Taiwan, 22 janvier 2016.

11. NdT. *Now You See Me 2* en anglais.

réminiscences de la Chine ancienne ou à une réinvention de la culture traditionnelle chinoise ; au contraire, ils peuvent fonctionner comme des représentations d'une sinité ou d'une « asianité » mondiale s'efforçant d'accéder à un marché international.

Plusieurs chansons China Wind des années 2000 composées par Jay Chou sont devenues des chansons emblématiques de films chinois, tous situés à l'époque de la Chine impériale. On peut notamment citer « Fearless » (*Huo yuan jia* 霍元甲), « Chrysanthemum Terrace » (*Juhua tai* 菊花台), et « Golden Armor » (*Huangjin jia* 黄金甲). À la différence des chansons mentionnées précédemment, les représentations de la sinité dans « Now You See Me » ne sont pas aussi explicites, mais offrent plutôt l'image d'une « asianité » exotique et stéréotypée. Néanmoins, dans la présentation écrite et le communiqué de presse du film, le fait qu'un artiste « *Huaren* » (華人) essaie d'entrer en contact avec un public mondial était fortement mis en avant, comme s'il s'agissait du passage d'une étape importante dont il faut être fier. Dans son album *A.I. Love* (2017), Wang explore différentes thématiques et questions relatives à l'intelligence artificielle et son impact sur l'être humain. Sur les 11 chansons que compte l'album, trois comportent des références plus explicites à la culture et à la musique chinoises. La chanson « Bridge of Fate » (*Yuanfen yidaoqiao* 緣分一道橋) est l'emblème du blockbuster *La Grande Muraille* (2016), une coproduction sino-états-unienne réalisée par Zhang Yimou 張藝謀 avec Matt Damon dans le rôle principal. Dans cette chanson, la mesure en 4/4 de la guitare acoustique accompagnée d'une batterie électronique fait office de base rythmique principale, tandis que d'autres instruments comme la basse, le *erhu*, le *dizi*, les guitares électriques et le *pipa* s'y ajoutent graduellement pour développer et enrichir l'orchestration. Ce morceau est aussi une collaboration avec la chanteuse Tan Wei-wei 譚維維, dont la voix rauque et éraillée, tout comme celle de Wang, rappellent les techniques de chant de l'opéra chinois traditionnel, comme les tons glissants (Everett et Lau 2004) et les voix de falsetto. Le premier couplet est tiré d'un poème des Tang écrit par Wang Changling intitulé « Marching Out to the Frontier » (*Chu sai* 出塞) qui décrit une scène de champ de bataille. Le reste des paroles est de Fang Wenshan, le parolier de la plupart des chansons China Wind du répertoire de Jay Chou. Une autre chanson de cet album, « Hearing Love » (*Ting ai* 聽愛), une ballade jouée au *erhu* et au *guzheng*, cherche à créer une atmosphère chinoise. Cette chanson se retrouve sur la bande originale du film *Tofu* (*Doufu zhuan* 豆腐傳, 2017, 85 min.), dont les paroles sont également écrites par Fang Wenshan. Les dernières chansons China Wind de Wang rappellent fortement l'esthétique du courant dans les années 2000 et semblent écrites pour atteindre un objectif spécifique, à savoir coller au thème du film. En ce sens, les dernières chansons China Wind de Wang ont un rôle fonctionnel étroitement lié à l'industrie du cinéma.

Alors que la montée du nationalisme est une réaction collective à l'impact de la mondialisation, le marché de la musique populaire chinoise « ne possède ni la volonté ni la capacité de résister à l'autoritarisme ; au contraire, il perpétue et nourrit le cycle sans fin des interpellations créé par le nationalisme chinois » (Gao 2015 : 484). Les musiques de Chou et de Wang reflètent cette négociation entre l'international et le local tout en soulignant l'essor du nationalisme. En plus de faire connaître la culture chinoise par leur musique, ces deux artistes cherchent à obtenir une reconnaissance internationale et à représenter des chanteurs plus ou moins directement issus du monde sinophone, eux aussi présents sur la scène internationale. Toutefois, il est possible que les consommateurs de cette image mondialisée ne soient pas les Occidentaux, mais plutôt une génération de jeunes Chinois

recherchant « un sentiment de glamour, de fantaisie et de modernité » dans la culture populaire (Fung 2016 : 3016). Dans le même temps, ces produits culturels ont également été consommés par des populations sinophones résidant à l'étranger pour qui la musique offre un point de référence à leurs racines et leur culture (Lin 2019).

Cette stratégie, consistant à concevoir la sinité comme un projet de mondialisation, est parfaitement exemplifiée par l'apparition de Jay Chou sur l'écran du Nasdaq à Times Square, en janvier 2019, à l'occasion de son élection en tant que chanteur chinois le plus influent sur Kugou 酷狗, le service de streaming chinois détenu par Tencent (*Tengxun* 騰訊). Le texte affiché à côté de la photo de Chou était, mis à part son nom, entièrement rédigé en chinois. Cette projection d'une sinité inscrite dans la mondialisation répond aux espoirs nourris par les nouvelles classes de Chinois éduqués qui voyagent partout dans le monde. Ces derniers aspirent non seulement à prendre part à la culture mondiale ou à « trouver leur place dans un univers mondialisé » (Fung 2016 : 3016), mais aussi à adhérer à l'image de la RPC comme État mondialisé, prospère et florissant. Les films chinois situés dans la Chine ancienne recherchent toujours des chansons de China Wind pour emprunter leurs sonorités et embellir leur narration, en vue d'obtenir une visibilité et une présence mondiales (à l'instar de ce qu'ont fait Jay Chou et Wang Leehom). Cette stratégie pourrait bien être celle de la construction de la sinité de la musique pop dans la décennie à venir.

L'analyse des dernières productions de Jay Chou et Wang Leehom illustre les stratégies commerciales et créatives employées pour aborder la sinité en adhérant et en collaborant avec le marché mondial. La projection de cette visibilité internationale s'est peu à peu éloignée des conventions de la musique China Wind, créant un style sonore à la fois moderne, branché et chinois. Les dernières œuvres de ces artistes reflètent les désirs des nouvelles classes montantes chinoises qui aspirent à s'intégrer à la modernité mondiale tout en rivalisant avec le reste du monde. Cependant, les chansons China Wind ont conservé leurs valeurs pragmatiques, en particulier dans certains films chinois se déroulant en Chine ancienne. Dans le cas de *La Grande Muraille*, il s'agit d'un passé fictif. Dans la chanson « Bridge of Fate », la mélodie et l'utilisation d'instruments traditionnels évoquent la culture et la philosophie de la Chine ancienne. À l'instar de la plupart des chansons China Wind, elle projette de manière diffuse une sinité historique et fantasmée qui sublime la narration. En ce sens, la musique China Wind sert à faire avancer le récit, d'où l'appétit du cinéma chinois pour ce genre. Il convient aussi d'étudier si, entre les mains d'artistes plus jeunes, les chansons China Wind continueront à projeter la sinité sous cette forme particulière.

Conclusion

La musique China Wind, régulée par les conventions et acceptée par les communautés (Fabbri 2012), a vu ses significations et son succès décrits dans les médias (Lan 2007) et analysés par les chercheurs (Fung 2008 ; Chow et De Kloet 2013 ; De Kloet et Fung 2017), parallèlement à ses publics et communautés (Lin et Um 2017 ; Lin 2019). Cependant, de nouveaux modes de présentation de la sinité dans la musique populaire se développent aujourd'hui, correspondant aux évolutions du marché mondial et des contextes locaux.

Cet article a abordé certains exemples illustrant les différents modes de construction de la sinité au sein de flux migratoires, financiers et culturels transnationaux. Ces discussions ont présenté les preuves d'une sinité recentrée telle qu'elle est représentée sur la scène de *The Voice of China*

tout en étudiant la façon dont deux artistes ont construit et mobilisé la sinité afin de soutenir des projets créatifs destinés à un public mondial. Les marchés, les pratiques industrielles, la censure des médias, les politiques d'État, la convergence intersectorielle et le talent artistique des musiciens continueront à jouer un rôle dans la construction et la diffusion de la sinité dans la musique populaire. Selon Fiske, « toute culture populaire est un processus de lutte autour des sens de l'expérience sociale » (1989 : 29). Cet article a adopté une approche ethnographique éclairant la façon dont une version particulière de la sinité a été façonnée tout en étudiant les fonctions de la sinité perçue dans ce même contexte. Tandis que des sentiments nationalistes naissent sous diverses formes à la fois en Chine¹² et à l'étranger, il n'y a pas de raison de mettre un terme à l'exploration des spécificités de ces constructions discursives et esthétiques, ainsi qu'à l'étude de leurs implications sociales et politiques dans la musique populaire. La musique pop China Wind a beau être une mode qui passe et se transforme rapidement, mais comme en témoignent les cas présentés dans cet article, la représentation de la sinité dans la musique populaire se renouvelle. Compte tenu de son rapport étroit avec les questions de pouvoir, de représentation culturelle et de politique, l'étude de la question de la sinité à travers l'évolution des pratiques culturelles du monde sinophone est appelée à se poursuivre.

■ Traduit par Pierre-Louis Brunet.

■ Dr Chen-Yu Lin est enseignante-chercheuse à l'Institut de musique populaire (IPM), dans le département de musique de l'Université de Liverpool, et maître de conférences au département de commerce international de l'Université nationale de Taiwan. Ses domaines de recherche incluent la musique populaire en mandarin et la censure musicale. Elle est également productrice de documentaires et intègre fréquemment la réalisation et la projection de films à ses méthodes de recherche. Ses films ont été, à deux reprises, sélectionnés pour le *AHRC Research in Film Awards*. No.1, Sec. 4, Roosevelt Rd., Taipei City 106, Taiwan (R.O.C.) (cylin@liv.ac.uk).

Manuscrit reçu le 8 avril 2019. Accepté le 30 mars 2020.

12. Voir l'article de Yiwen Wang, « L'homo-érotisation de la musique *gufeng* : un retour rhizomatique à la Chine ancienne », dans ce numéro.

Sources primaires

CHOU, Jay 周杰倫. 2003. « 東風破 » (Dongfengpo, East Wind Breaks). Titre 5 sur 葉惠美 (Yeh Hwei-mei). Alfa Music (Japon) [Disque compact].

CHOU, Jay 周杰倫. 2005. « 髮如雪 » (Faruxue, Hair Like Snow). Titre 3 sur 十一月的蕭邦 (Shiyiyue de Xiaobang, November's Chopin). Alfa Music (Japon) [Disque compact].

CHOU, Jay 周杰倫. 2006. « 菊花台 » (Juhua tai, Chrysanthemum Terrace). Titre 10 sur 依然範特西 (Yiran fantexi, Still Fantasy). Alfa Music (Japon) [Disque compact].

CHOU, Jay 周杰倫. 2006. « 霍元甲 » (Huo yuan jia, Fearless). Titre 1 sur 霍元甲 (Huo yuan jia, Fearless). Alfa Music (Japon) [Disque compact].

CHOU, Jay 周杰倫. 2006. « 黃金甲 » (Huangjin jia, Golden Armor). Titre 1 sur 黃金甲 (Huangjin jia, Golden Armor). Alfa Music (Japon) [Disque compact].

CHOU, Jay 周杰倫. 2016. « Now You See Me ». Titre 9 sur 周杰倫的床邊故事 (Zhou Jielun de chuanguanbian gushi, Jay Chou's Bedtime Stories). JVR Music (Taiwan) [Disque compact].

FONG, Khalil 方大同, et WANG Leehom 王力宏. 2016. « Flow ». Titre 2 sur 西遊記 (Xiyouji, Journey to the West). FUMUSIC (Hong Kong) [Disque compact].

LI, Jianfu 李建復. 1980. « 龍的傳人 » (Long de chuanren, Descendants of the Dragon). Titre 1 sur 龍的傳人 (Long de chuanren, Descendants of the Dragon). Synco Cultural Corporation (Taiwan) [Cassette].

WANG, Diana 王詩安. 2017. « 一步成詩 » (Yibu chengshi, Poem). Titre 1 sur 一步成詩 (Yibu chengshi, Poem). FUMUSIC (Hong Kong) [Disque compact].

WANG, Leehom 王力宏. 2000. « 龍的傳人 » (Long de chuanren, Descendants of the Dragon). Titre 1 sur 永遠的第一天 (Yongyuan de diyitian, Forever's First Day). Sony Music (États-Unis) [Disque compact].

WANG, Leehom 王力宏. 2007. « 華人萬歲 » (Huaren wansui, Viva Huaren). Titre 11 sur 改變自己 (Gaibian ziji, Change Myself). Sony Music (États-Unis) [Disque compact].

WANG, Leehom 王力宏. 2011. « 火力全開 » (Huoli quankai, Open Fire). Titre 1 sur 火力全開 (Huoli quankai, Open Fire). Sony Music (États-Unis) [Disque compact].

WANG, Leehom 王力宏. 2017. « 緣分一道橋 » (Yuanfen yidaoqiao, Bridge of Fate). Titre 9 sur A. I. Love. Linfair Records (Taiwan) [Disque compact].

WANG, Leehom 王力宏. 2017. « 聽愛 » (Ting ai, Hearing Love). Titre 10 sur A. I. Love. Linfair Records (Taiwan) [Disque compact].

WANG, Leehom 王力宏, et Avicii. 2015. « 忘我 » (Wangwo, Losing Myself). Titre 4 sur 你的愛 (Ni de ai, Your Love). Homeboy Music (Royaume-Uni) [Disque compact].

WANG, Leehom 王力宏, MC Jin, et Lee Yan. 2005. « 蓋世英雄 » (Gaishi yingxiong, Hero of the Earth). Titre 3 sur 蓋世英雄 (Gaishi yingxiong, Hero of the Earth). Sony Music (États-Unis) [Disque compact].

Références

- AMAR, Nathanel. 2018. « "Est-ce que tu as du freestyle ?" : aux racines de la censure du hip-hop chinois ». *Perspectives chinoises* 1-2 (142-3) : 113-9.
- ANDERSON, Benedict. 1983. *Imagined Communities: Reflections on the Origin and Spread of Nationalism*. Londres : Verso.
- ANG, Ien. 1998. « Can One Say No to Chineseness? Pushing the Limits of the Diasporic Paradigm ». *boundary 2* 25 (3) : 223-42.
- ANG, Ien. 2013. « No Longer Chinese? Residual Chineseness after the Rise of China ». In Julia Kuehn, Kam Louie et David Pomfret (éds.), *Diasporic Chineseness after the Rise of China*. Vancouver et Toronto : UBC Press. 17-31.
- APPADURAI, Arjun. 1996. *Modernity at Large: Cultural Dimensions of Globalization*. Minneapolis et Londres : University of Minnesota Press.
- CHOW, Rey. 1998. « Introduction: On Chineseness As a Theoretical Problem ». *boundary 2* 25 (3) : 1-24.
- CHOW, Yiu-fai, et Jeroen DE KLOET. 2011. « Blowing in the China Wind: Engagements with Chineseness in Hong Kong's *Zhongguofeng* music videos ». *Visual Anthropology* 24 : 59-76.
- CHOW, Yiu-fai, et Jeroen DE KLOET. 2013. *Sonic Multiplicities: Hong Kong Pop and the Global Circulation of Sound and Image*. Chicago : Intellect.
- CHOW, Yiu-fai. 2009. « Me and the Dragon: A Lyrical Engagement with the Politics of Chineseness ». *Inter-Asia Cultural Studies* 10 (4) : 544-64.
- CHUA, Beng Huat. 2001. « Pop Culture China ». *Singapore Journal of Tropical Geography* 22 (2) : 113-21.
- CHUN, Allen. 1996. « Fuck Chineseness: On the Ambiguities of Ethnicity as Culture as Identity ». *boundary 2* 23 (2) : 111-38.
- CHUN, Allen. 2017. *Forget Chineseness: On the Geopolitics of Cultural Identification*. Albany : State University of New York Press.
- CHUNG, Yong. 2011. *Hearing Chinoiserie: The Discourse Analysis of Chinese Pop Music during 2000-2010*. Mémoire de Master. Taiwan, National Chengchi University.
- DE KLOET, Jeroen. 2005. « Authenticating Geographies and Temporalities: Representations of Chinese Rock in China ». *Visual Anthropology* 18 (2-3) : 229-55.
- DE KLOET, Jeroen, et Anthony FUNG. 2017. *Youth Cultures in China*. Cambridge : Polity.
- DE KLOET, Jeroen. 2010. *China with a Cut: Globalisation, Urban Youth and Popular Music*. Amsterdam : Amsterdam University Press.
- DENORA, Tia. 1999. « Music as a Technology of the Self ». *Poetics* 27 (1) : 31-56.
- DENORA, Tia. 2000. *Music in Everyday Life*. Cambridge : Cambridge University Press.
- EVERETT, Yayoi Uno, et Frederick LAU (éds.). 2004. *Locating East Asia in Western Art Music*. Middletown, CT : Wesleyan University Press.
- FABBRI, Franco. 2012. « How Genres Are Born, Change, Die: Conventions, Communities and Diachronic Process ». In Stan Hawkins (éd.), *Critical Musicological Reflections: Essays in Honour of Derek B. Scott*. Surrey : Ashgate. 179-91.
- FENG, Dezheng. 2016. « Promoting Moral Values Through Entertainment: A Social Semiotic Analysis of the Spring Festival Gala on China Central Television ». *Critical Arts* 30 (1) : 87-101.
- FISKE, John. 1989. *Understanding Popular Culture*. New York : Routledge.
- FRITH, Simon. 1996. « Music and Identity ». In Simon Hall et Paul du Gay (éds.), *Questions of Cultural Identity*. Copenhagen : Copenhagen Business School. 108-27.
- FRITH, Simon, et Angela MCROBBIE. 1990. « Rock and Sexuality ». In Simon Frith et Andrew Goodwin (éds.), *On Record: Rock, Pop and the Written World*. Londres : Routledge. 371-89.
- FUNG, Anthony. 2007. « The Emerging (National) Popular Music Culture in China ». *Inter-Asia Cultural Studies* 8 (3) : 425-37.
- FUNG, Anthony. 2008. « Western Style, Chinese Pop: Jay Chou's Rap and Hip-hop in China ». *Asian Music* 39 (1) : 69-80.
- FUNG, Anthony. 2016. « Strategizing for Creative Industries in China: Contradictions and Tension in Nation Branding ». *International Journal of Communication* 10 (4001) : 3004-21.
- GAO, Zihong. 2015. « When Nationalism Goes to the Market: The Case of Chinese Patriotic Songs ». *Journal of Macromarketing* 35 (4) : 473-88.
- GILROY, Paul. 1993. *The Black Atlantic: Modernity and Double Consciousness*. Cambridge : Harvard University Press.
- HYUN, Ki Deuk, et Jinhee KIM. 2015. « The Role of New Media in Sustaining the Status quo: Online Political Expression, Nationalism, and System Support in China ». *Information Communication and Society* 18 (7) : 766-81.
- JONES, Michael. 2012. *The Music Industries: From Conception to Consumption*. Londres et New York : Palgrave Macmillan.
- LAN, Hui. 2007. « 中國風驚艷台灣南洋流行曲中國元素崛起 » (Zhongguofeng jingyan Taiwan Nanyang liuxingqu Zhongguo yuansu jueqi, China Wind sweeps through Taiwan and Nanyang: The rise of Chinese elements). 藍慧 Asiaweek, 22 juillet.
- LI, Mingshen. 2009. « Chinese Nationalism in an Unequal Cyber Car ». *China Media Research* 5 (4) : 63-79.
- LIM, Song Hwee. 2011. « Six Chinese Cinemas in Search of a Historiography ». In Song Hwee Lim et Julian Ward (éds.), *The Chinese Cinema Book*. Londres : Palgrave Macmillan. 35-44.

- LIN, Chen-yu. 2019. « Multidimensionality of Chineseness in Taiwan's Mandopop: Jay Chou's China Wind Pop and the Transnational Audience ». In Eva Tsai, Tung-Hung Ho et Miaoju Jian (éds.), *Made in Taiwan: Studies in Popular Music*. New York et Londres : Routledge. 189-99.
- LIN, Chen-yu, et Haekyung UM. 2017. « From 'Blue and White Porcelain' to 'Island's Sunrise': Young Audience Perceptions of Chineseness and Taiwaneseess in Taiwan's Popular Music ». *East Asian Journal of Popular Culture* 3 (2) : 153-67.
- LIU, Chen, Ning AN et Hong ZHU. 2015 « A Geopolitical Analysis of Popular Songs in the CCTV Spring Festival Gala, 1983-2013 ». *Geopolitics* 20 (3) : 606-25.
- MCCLARY, Susan. 1991. *Feminine Endings: Music, Gender, and Sexuality*. Minneapolis : University of Minnesota Press.
- NYE, Joseph. 1990. *Bound to Lead: The Changing Nature of American Power*. New York : Basic Books.
- SHIH, Shu-Mei. 2004. « Global Literature and the Technologies of Recognition ». *PMLA* 119 (1) : 16-30.
- STOKES, Martin. 1994. « Introduction: Ethnicity, Identity and Music ». In Martin Stokes (éd.), *Ethnicity, Identity and Music: The musical Construction of Place*. Oxford et New York : Berg Publishers. 1-27.
- SU, Zheng. 2010. *Claiming Diaspora: Music, Transnationalism, and Cultural Politics in Asian/Chinese America*. New York : Oxford University Press.
- TAGG, Philip. 1982. « Analysing Popular Music: Theory, Method and Practice ». *Popular Music* 2 : 37-65.
- TAGG, Philip. 2000. « Analysing Popular Music: Theory, Method, and Practice ». In Richard Middleton (éd.), *Reading Pop: Approaches to Textual Analysis in Popular Music*. Oxford et New York : Oxford University Press. 71-103.
- TU, Wei-ming. 1991. « Cultural China: The Peripheries as the Center ». *Daedalus* : 1-31.
- WALSER, Robert. 1993. *Running with the Devil: Power, Gender, and Madness in Heavy Metal Music*. Hanover, NH : Woodall.
- WANG, Danping, et Bob ADAMSON. 2014. « War and Peace: Perceptions of Confucius Institutes in China and USA ». *Asia-Pacific Education Researcher* 24 (1) : 225-34.
- WANG, Grace. 2012. « The ABCs of Chinese Pop: Wang Leehom and the Marketing of a Global Chinese Celebrity ». *Journal of Transnational American Studies* 4 (1) : 21.
- WANG, Jian (éd.). 2011. *Soft Power in China: Public Diplomacy through Communication*. New York : Palgrave Macmillan.
- YU, Haiyang. 2014. « Glorious Memories of Imperial China and the Rise of Chinese Populist Nationalism ». *Journal of Contemporary China* 23 (90) : 1174-87.